新闻创新必须首先做好选题策划

摘　要：媒体必须不断进行新闻创新才能发展，而新闻创新必须首先做好选题策划。媒体没有选题策划就没有定位，就没有方向，就没有报道深度，就没有报道广度，就谈不上内容为王，就没有话语权，必然穷于应付、疲于奔命、得过且过、无关痛痒。不认真、不持续做选题策划的媒体其结果必然是被边缘化。传统媒体本已步履艰难，再不创新无异于坐以待毙，唯有新闻创新才是媒体生存发展之道。本文针对新闻采访选题策划进行简述，对选题策划的原则和注意事项提出建议。

关键词：新闻创新；选题；选题复制；热点新闻；采编人员
中图分类号：G212　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2019）04-097-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.04.031

文 / 张春杰

1. 媒体最不能缺的就是选题策划

媒体最不能缺的就是选题策划。做好选题策划就是在新闻创新，选题策划的实质就是新闻创新，是媒体谋求生存发展之道。选题策划是媒体最基本的新闻创新，是媒体最得心应手的新闻创新，是媒体效果最佳的新闻创新，是媒体最应坚持的新闻创新。每一家媒体都应根据自己的定位去寻找选题，进行选题策划，不断地进行新闻创新。

2. 选题策划就是要找出事物本质及其联系

选题策划就是选择要报道的主题、要报道的方向、要报道的主旨、要谈论的话题、要报道的范围、要报道的对象、要面对的受众、要运用的方法、要实施的步骤、要采取的措施、要实现的目的，最后达到预想的效果。选题策划是预先确定话题，找出事物关联方，研究事物联系本质，探求事物因果关系。

选题策划的步骤是以设定话题为起点，制定出策略及详细实施计划，以求目标和效果之达成。选题策划是新闻媒体确立报道客体的过程，具体包括对某条新闻线索可能引发的预期新闻事实的价值判断，同时也包括对媒体新闻报道编制及未来传播可行性的预设判断。选题策划必须是一种崭新的构思。选题策划是用一个新的思维建构一个新的话题世界。 所谓的选题策划主要是指媒体在进行项目制作之前先通过精心策划以及安排，对事件的进行方向以及发展程度进行操作，以保证项目的进行符合媒体最初的意愿。选题策划是在谋划做什么、何时做、谁来做、怎么做、做啥样。选题策划如同一座桥梁，它连接着我们的脚下之地和我们的理想之地。

3. 选题策划的原则

选题策划要多维度谋划。在重大主题报道的选题策划中，媒体要立足于时代大背景做好选题策划，抓住选题的时间深度、空间跨度、内涵厚度和传播广度，以寻求传播效果的最佳和最大化。选题策划是为了实施，实施是为了实现，实现是为了实效。

3.1 选题策划要坚持导向性原则

选题策划要坚持导向性原则，要为受众提供有价值的内容。新闻价值是选题策划的客观标准，新闻价值是事实本身所具有的足以构成新闻选题的特殊材料、特殊内涵。“为受众提供有价值的内容”是在最大程度上符合内容定位的选题策划方法，这样新闻媒体对受众的影响才能越来越深刻、越来越广泛，才能为受众提供海量信息，才能为受众传播知识，才能为受众提供愉悦，才能使受众受到教育，增强受众的法律观念和法治意识，才能对受众的观念和思维方式产生影响。

3.2 选题策划的定位及公信力原则

选题策划对媒体定位的把控，决定了媒体对目标受众的可控程度。媒体定位问题就是媒体该“做什么不做什么”的问题，定位关系到媒体的生死存亡。媒体产品在性质上与普通产品具有较大的不同，这主要是因为媒体产品主要是为社会大众所服务，并且其将社会的利益处于自身利益之上，所以这也就使得媒体产品具有明显的政治属性。媒体定位的具体内涵包括角色定位、受众定位、内容定位以及竞争（对手）定位。其中角色定位是根本，受众定位是核心，内容定位是关键，竞争（对手）定位旨在确定媒体在市场中与竞争对手相对位置的一项定位。受众定位是指对媒体产品进行宣传设计时所针对的社会大众。之所以在进行媒体产品宣传时进行受众的选取，最关键的原因就是确定了受众群体就相当于确定了产品的定位。每一个媒体产品在进行产品的制作与选择时都需要有所抛弃，这主要是因为产品的宣传需要大众的支持，只有确定了受众群体才能够进一步进行新闻产品类型以及产品发展方向的决策。

3.3 热点新闻切入角度最重要

热点新闻切入角度最重要，选题策划要不失时机地“借势热点”。 选题策划人员必须具有敏锐的洞察力和反应能力。对于引起广泛关注的热点事件，要能随时随地做好选题策划的自觉，借势发力，充分表达媒体话语

权。热点选题的爆发力是巨大的，甚至无法估量，是非常好的选题来源之一。但在媒体追热点成风的大环境下，如何脱颖而出不被淹没且导向正确，就需要看选题策划切入角度是否有特别之处。这时，选题策划必须思维横向出发、行动纵向延伸。思维横向出发是要发现所有延展的板块，行动纵向延伸是使每一个板块能够纵向深入拓展。这时，既可以使每一个小点单独成题，也可以通过组合的方式将多个点结合到一起，使选题策划有深度、有广度。

3.4 具有争议的地方可以给特写

根据“争议的地方给特写”原则，可以将争议话题因势利导，使选题策划深入发掘。对于新闻背后那些持久性、普适性的争议话题，可以透过现象看本质；对于热点而言，可以透过热点看原理；基于引导性原则，可以拨开迷雾明方向。

4. 选题策划要注意的事项

4.1 要真选题、真策划

要有专门的策划人员和雷打不动的选题策划会进行选题策划。要对选题进行提报，要提交选题策划提纲。针对提报的选题，要有讨论甚至争执。要有准备、有讨论、有取舍，不要流于形式。讨论的好处是，除了完善选题和发现问题外，也可能原来的选题被否定，但也经常会碰撞出新的选题，这正是选题策划所必须的和需要的。

4.2 新闻选题要有争议性

当今的中国社会在进行发展过程中因为社会群众的价值观以及人生观都出现了不同的转变，所以会对社会中所发生的一些事件进行不同的评价。因此，新闻媒体在进行选题时应当保证题目的选择具有相应的争议性，以确保能够让具有不同价值观的群众进行自己观点的议论，进而提升新闻报道的价值。如果新闻媒体在选题时出现了绝对性的问题，就极有可能会造成社会群众阅读兴趣较低的情况。

4.3 选题内容的制定可以简要

因为新闻活动是一个创意性活动，需要新闻人员及时依据现场实际情况进行各种活动的开展，使活动能够顺利地开展。如果将策划内容制定的过于详细就可能会在活动开展中制约采访人员的创新性以及应变性，最终会造成采访失败，无法获得有效的采访新闻。

4.4 选题策划要激发采编人员的创造性

新闻报告活动主要是采编人员进行活动环节以及活动内容的创造，才能够最终实现媒体产品顺利地流入社会中。而要想实现媒体报道的多样性就需要采编人员积极地进行思维活动的创新，以保证通过思维活动的创新性调动新闻工作者的主观能动性，及时进行各种新闻题材的发掘。 选题策划不仅仅需要确定采访的对象以及采访的内容，更需要在采访之前确定采访的形式以及采访时间的控制，并且在选题策划中需要制定一定的情况应对措施，例如，如何缓解被采访人员的紧张心理以及如何才能够进行采访话题的引进。以上各种情况的实现都需要采编人员具有一定的创新性。

4.5 要探求选题策划技巧

选题策划技巧本质上是一种创造性的思维活动。选题策划必须进行思维突破。新闻策划的创新思路主要有：一是整合，即收集指向同一事件的多项信息，研究他们之间的联系，根据内在的逻辑关系整合加工，形成多维度、有深度的分析文章；二是进行趋势判定，即对新闻事件发展趋势进行预测；三是沙中淘金，即从相近或相似的事物比较中寻找差异，发现亮点的策划方式；四是进行逆向思维，不走平常路。

4.6 探究事物产生原因以及影响因素，是策划中常用的一种方式

媒体人员在进行新闻创新的过程中首先要做的就是将各种创新事物发生的现象以及原因进行研究，以保证能够在媒体创新中发现各种创新事物之间的联系性以及制约性。

在新的发展中，不论是传统的媒体活动还是新媒体环境下的媒体发展都应当进行积极的策划和受众定位的选择，才能够使媒体产品在新的社会环境中获得较大的发展市场和受众人群，最终赢得较好的社会效益。

结语

选题策划要关注事件热点，找到媒体的关注点，发现受众的关切点，切入媒体与受众的共鸣点。新闻选题策划可以吸引受众的注意力，引导受众按照选题进行认知和思考。选题策划就是媒体对新闻线索进行价值评价、判断之后所确定的媒体报道的内容和策略。媒

参考文献

[1] 李艳红 . 在开放与保守策略间游移：“不确定性”逻辑下的新闻创新——对三家新闻组织采纳数据新闻的研究 [J]. 新闻与传播研究，2017（9）：41-61，127-128.

[2] 白红义 . 新闻创新研究的视角与路径 [J]. 新闻与写作，2018（1）：24-32.

[3] 陆晔，周睿鸣 . 新闻创新中的“协作式新闻布展”——媒介融合的视角 [J]. 新闻记者，2018，427（9）：10-21.

（作者单位：中国水利报社）